



<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma>
e-ISSN 2318-406X
DOI: <http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v8i2.14830>



A matéria publicada nesse periódico é licenciada sob forma de uma Licença Creative Commons – Atribuição 4.0 Internacional
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Memória midiaticizada:

a circulação do audiovisual no YouTube



Antônio Carlos Santiago Freitas¹
Roseane Arcanjo Pinheiro²

Resumo: Esta pesquisa tem por objetivo verificar como usuários utilizam o YouTube para (re)construir e fazer circular gravações antigas e memórias da TV. Como referencial teórico, são utilizados os conceitos de midiaticização e circulação, além de discorrer sobre as reconfigurações da memória coletiva em tempos de mídias digitais. As reflexões são ilustradas através de um estudo de caso (YIN, 2001) no canal Pedro Janov, somado ao uso da técnica da observação encoberta não participativa (JOHNSON, 2010). A compreensão do processo está delimitada à observação de como o canal Pedro Janov resgata e compartilha conteúdos na plataforma. Também são identificados os três vídeos mais populares que circulam na página. O artigo conclui que o canal estudado se firma como um repositório online, que abriga arquivos considerados raros da televisão brasileira, contudo o processo de recuperação das memórias só se efetiva com as práticas de circulação e reapropriação promovidas pelo público.

Palavras-chave: Midiaticização. Circulação. Memória. YouTube.

1 Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão. Especialista em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo e em Gestão Pública pela Universidade Federal do Tocantins. Jornalista graduado pela UFMA. Integra o grupo de pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória da UFMA - campus Imperatriz.

2 Professora adjunta do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da UFMA - Imperatriz.

Memoria mediaticizada: la circulación del audiovisual en YouTube

Resumen: Esta investigación tiene como objetivo verificar cómo los internautas utilizan la plataforma YouTube para (re)construir y circular grabaciones antiguas y recuerdos de TV. Como marco teórico, se utilizan los conceptos de mediaticización y circulación, para discutir las reconfiguraciones de la memoria colectiva en tiempos de medios digitales. Las reflexiones se ilustran través de un estudio de caso (YIN, 2001) sobre el canal Pedro Janov, agregado al uso de la técnica de observación encubierta no participativa (JOHNSON, 2010). La comprensión del proceso aborda cómo el canal Pedro Janov recupera y comparte contenido en la plataforma. El trabajo también identifica los tres videos más populares que circulan en la plataforma de videos. El artículo concluye que el canal estudiado se

estabelece como um depósito, que alberga uma variedade de arquivos de la televisión brasileña considerados raros. Sin embargo, el proceso de recuperación de recuerdos solo es efectivo con las prácticas de circulación y reapropiación promovidas por el público.

Palabras clave: Mediatización. Circulación. Recuerdos. YouTube.

Mediatized memory: circulation of audiovisual on YouTube

Abstract: This paper aims to investigate how YouTube users (re) build and circulate old recordings and TV memories. The concepts of mediatization and circulation are the theoretical framework for the analysis on the reconfigurations of collective memory in the current age of digital media. A case study (YIN, 2001) on Pedro Janov channel is presented in addition to the use of covert non-participant observation (JOHNSON, 2010). The process comprehends the analysis on how Pedro Janov channel, restore and share content on the platform. For this purpose, the three most popular videos on the channel are identified. The study points that the channel constitutes an online repository which keeps a wide range of Brazilian television archives, considered to be rare. However, the process of recovering memories is only effective from the circulation and reappropriation practices promoted by the audience.

Keywords: Mediatization. Circulation. Memory. YouTube.

1 Introdução

Com o surgimento de uma nova ambiência gerada pela midiatização, se estabelecem novas formas de interações, comportamentos e sentidos, que afetam profundamente o cotidiano de atores e instituições sociais. Na observação de Pedro Gomes (2017), o mundo dos tempos contemporâneos se constitui por meio da comunicação. Em vista disso, as mudanças sociotécnicas modificaram a forma como a sociedade armazena, recupera e faz circular a memória coletiva na internet.

Ao olhar para as redes sociais, notadamente, qualquer pessoa pode reivindicar para si o papel de cocriador da mensagem, expondo suas subjetividades e influenciando outras pessoas. Não importa se o conteúdo veio dos meios de massa ou tenha outra origem. A nova arquitetura comunicacional possibilita que o receptor também seja produtor, apropriando discursos, apresentando novas problemáticas e realimentando o fluxo de informações. Essa é a lógica do conceito

de circulação, que será abordado neste artigo, sob a perspectiva da midiatização. São formulações que se relacionam com a noção de lugares de memória, tomada de empréstimo do historiador Pierre Nora (1993). Assim, as mídias digitais sendo, por excelência, lugares de memórias, possibilitam que sentidos e discursos passem a circular em rede, em fluxo sempre adiante (BRAGA, 2012).

Por esta via, o que instiga este estudo é perceber como usuários do YouTube utilizam as ferramentas sociotécnicas para (re)construir e fazer circular memórias da TV. As reflexões são ilustradas através de um estudo de caso no canal Pedro Janov. O espaço é compreendido nesta pesquisa como uma manifestação da circulação na internet. O objetivo é explorar a página, que vem se tornando conhecida por digitalizar vídeos gravados em fitas VHS e recuperar programas transmitidos pelas emissoras brasileiras de televisão, entre 1970 e o início dos anos 2000. Para tanto, o artigo apresenta as características gerais do canal e os vídeos mais visualizados pelos internautas que acessam a página.

2 Midiatização: uma nova ambiência na cultura comunicacional

A presença predominante da mídia sobre uma série de fenômenos e instituições vem se configurando como condição estruturante para práticas sociais e culturais. Os estudos contemporâneos em comunicação buscam refletir e investigar o cenário de mudança de rumo provocado pelo desenvolvimento das tecnologias e da projeção dos sites de relacionamento e redes sociais (GOMES, 2017). Uma emergente agenda de pesquisas se ancora no conceito de midiatização para explicar as novas formas de interação produzidas pela convergência de fatores sociotecnológicos.

Internacionalmente, essa vertente teórica é trabalhada nos países nórdicos, sobretudo pela Escola Dinamarquesa, com destaque para o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard. Ele entende a midiatização da sociedade como o processo pelo qual as esferas da cultura e da sociedade se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica. Pelo termo “lógica da mídia”, o autor refere-se ao *modus operandi* institucional, estético e tecnológico utilizado pelos meios, incluindo a forma como distribuem os recursos materiais e simbólicos, que funcionam com a ajuda de regras formais e informais. O entendimento de Hjarvard (2014) é que as instituições sociais e os processos culturais sofrem mutações na natureza, função e estrutura, a partir da influência das mídias. Assim, os mecanismos de funcionamento da cultura e da sociedade dependem cada vez mais da lógica dos meios de comunicação.

Uma segunda escola importante que pensa a midiatização se concentra no Brasil, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Processos de circulação, produção, recepção das mensagens e os diferentes meios técnicos que afetam as interações e o funcionamento de práticas sociais são algumas das abordagens privilegiadas pelo programa.

Na América Latina, o conceito de midiatização é explicado a partir de múltiplas vozes. Pedro Gilberto Gomes (2016) observa que cada pesquisador dá ao conceito de midiatização o significado que melhor lhe agrada. Fausto Neto (2017) explica que as mudanças comunicativas dos meios e as mudanças socioculturais são, de fato, problematizadas segundo perspectivas distintas. O autor elenca os principais horizontes teóricos trabalhados por aqui.

Para Fausto Neto (2017), o próprio Pedro Gomes explica sobre uma nova ambiência, cujos processos midiáticos se configuram em novos operadores da inteligibilidade social. Sodré (2004) define o cenário de transformações como o novo bios – o bios midiático –, que instaura novos modelos de tecno-interação. A partir das reformulações sociotecnológicas e dos novos dispositivos interacionais, Braga (2012) propõe uma visão sobre midiatização, a partir do entendimento de “processo interacional de referência”, para explicar que a realidade social é construída por meio de processos interacionais pelos quais os indivíduos, grupos e setores da sociedade se relacionam. E, finalmente, Verón (1998 apud FAUSTO NETO, 2017) destaca o *status* da mídia incorporado ao funcionamento social, em meio a complexas interações entre mídias, instituições e sujeitos, delineadas por práticas discursivas. Mesmo com a pluralidade de perspectivas, Fausto Neto (2017, p. 42) encontra um ponto em comum, que permite agregar todas as concepções por ele mencionadas:

O eixo que atravessa tais formulações é o fato de as mesmas entenderem que as mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos demais campos e se converteram numa realidade mais complexa, em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida e interações sociais atravessadas por novas modalidades do «trabalho de sentido» (FAUSTO NETO, 2017, p. 42).

Portanto, as formulações tentam captar nuances que melhor expliquem questões referentes à passagem da sociedade dos meios para a sociedade midiatizada ou, como preferem alguns teóricos, sociedade em processo de midiatização. Na sociedade dos meios, conforme Fausto Neto (2017), as mídias estariam a serviço de uma organização

de um processo interacional, cumprindo papel de mediar e tematizar a realidade. Já a sociedade midiaticizada é marcada pelo desenvolvimento das formas de comunicação, que afetam profundamente o cotidiano dos indivíduos em todos os aspectos da vida social.

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade [...] estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a “cultura da mídia” (FAUSTO NETO, 2017, p. 41).

Ao encontro disso, Gomes (2017) observa que a humanidade vive um momento-chave em sua história, com efeitos no seu modo de viver e estruturar suas relações sociais. O fenômeno da midiaticização, portanto, representa uma reconfiguração da ecologia comunicacional, criando um bios midiático. Para o autor, “a sociedade está no limiar da construção de um novo modo de ser no mundo que modifica e condiciona as relações sociais, as interconexões entre as pessoas e a sociedade” (GOMES, 2017, p. 102).

Esse novo modo de ser e de estar no mundo é transpassado pela cultura midiática, imbricando sociedade e comunicação na produção de sentidos. Nessa ambiência, os processos de significação também se encontram alterados. Ocorre a diluição das fronteiras entre emissores e receptores de discursos, tornando cada vez mais complexa e produtiva a relação entre enunciador e enunciatário. A nova configuração do processo midiático, que se instaura com o fenômeno da midiaticização, pode ser compreendida através do conceito de circulação, trabalhado no próximo tópico.

3 Processualidades comunicacionais: a memória em circulação

A questão defendida pelos teóricos que estudam a circulação, sob a perspectiva da midiaticização, é que os modelos de transmissão-recepção de sentidos, segundo *feedbacks* lineares, tão difusos pela Escola Funcionalista Americana, não conseguem explicar os fluxos interacionais que transpassam a “arquitetura comunicacional” contemporânea. De acordo com Fausto Neto (2018, p.15), “a midiaticização vai dando nova conformação à organização social e ao seu funcionamento, gerando, de modo complexo, mutações nas condições de circulação de sentidos”. No contexto da nova ambiência, as relações estabelecidas entre o polo da emissão e o polo da recepção são configuradas em torno de acoplamentos, que geram interações e formam fluxos imprevisíveis.

Concordando com esse pensamento, Neves (2018) pontua que entre a produção e a recepção, o processo interacional é movido por descontinuidades e contrastes nas relações entre quem produz e quem recebe a mensagem. Deste modo, os discursos que transitam por esses caminhos não determinísticos suscitam a possibilidade de “efeitos variados, múltiplos, dispersos e não convergentes, com desarticulação entre lógica de oferta e de mensagem e o destino que lhe é dado por seus usuários” (NEVES, 2018, p. 128). Em vias de mediação, a sociedade vivencia um novo cenário sócio-técnico-discursivo, com novas formas de organização da circulação de discursos.

A circulação, que por muito tempo foi subestimada e/ou ignorada pelos estudos da comunicação, se apresenta como lugar de produção, onde ocorre a regulação de sentidos. “As gramáticas de produção e de reconhecimento perdem suas marcas de fronteiras. É no espaço da circulação que se realiza o trabalho de negociação e apropriação de sentidos, é nela que se propõe e se apropria de discursos” (NEVES, 2018, p. 128).

No intento de melhor compreender o conceito de circulação, Pernisa Júnior (2016) recupera a ideia de “fluxo adiante”, de José Luiz Braga, para reafirmar a impossibilidade de, a partir das postagens lançadas na rede, seja ela social ou não, determinar os percursos de circulação. Para ele, é dessa forma que o caos se instala. O fluxo não pode ser controlado. A mensagem estará circulando sempre adiante. “Tanto emissão como a recepção já não podem dar conta do que está ocorrendo, e instaura-se uma zona de indeterminação em que atua a circulação” (PERNISA JÚNIOR, 2016, p. 42).

Tal compreensão retoma Fausto Neto (2018), quando ele contextualiza que a atividade da circulação, na sociedade em processo de mediação, não se refere apenas a uma “zona de passagem” ou um “elo intermediário” entre os polos emissor e receptor. A circulação aqui discutida é aquela que vai “além das bordas”. Isso pressupõe que, segundo Pernisa Júnior (2016, p. 70), “quem recebe a mensagem também pode trabalhá-la e reconfigurá-la a seu modo, fazendo com que novas formas de percebê-la sejam possíveis”. Daí, portanto, a grande importância conferida às redes sociais hoje, que patrocinam inúmeras e novas modalidades interacionais, em fluxo sempre adiante.

A discussão sobre circulação se torna oportuna para melhor perceber uma prática que acompanha o site YouTube, desde os seus primórdios: a recuperação e o consumo de vídeos antigos. Segundo a Alexa Ranking³, a plataforma é hoje o segundo endereço eletrônico da internet mais acessado do mundo, perdendo apenas para o Google. Burgess e Green (2009) contam que o site foi lançado em junho de 2005, com o intuito de que os usuários postassem vídeos próprios, produções caseiras, como se fosse a “sua televisão”. Dois meses após o

3 Site que fornece dados de tráfego na internet. Consulta realizada através do site: <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>. Acesso em: 31 jan. 2020.

nascimento da plataforma, o “Quem Somos” da página oferecia pistas e dicas vagas para explicar como o YouTube poderia ser utilizado pelos usuários:

Exiba seus vídeos favoritos para o mundo. Faça vídeos de seus cães, gatos e outros bichos. Publique em seu blog os vídeos que você fez com sua câmera digital ou celular. Exiba seus vídeos com segurança e privacidade aos seus amigos e familiares no mundo todo... e muito, muito mais! (BURGESS; GREEN, 2009, p. 20).

Os autores ressaltam que, mesmo insistindo que o site se destinava ao compartilhamento de vídeos pessoais, a orientação não foi seguida ao cabo pelos usuários. Logo no início das atividades do serviço, o YouTube foi utilizado como meio de circulação de vídeos gravados da programação da TV. Imagens de fitas VHS foram digitalizadas e jogadas na rede, surgindo os primeiros problemas para a plataforma. Empresas de mídia denunciaram violação de direitos autorais e uso indevido de muitos dos vídeos disponíveis no site. Isso exemplifica a imprevisibilidade do comportamento dos sujeitos na nova arquitetura comunicacional.

A ação dos usuários tornou o YouTube um lugar de memórias individuais e coletivas. A partir deste ponto de vista, se torna importante compreender como novas interações se instauram e como as memórias circulam no site. Neste sentido, vale conhecer o conceito de memória coletiva, criado pelo sociólogo Maurice Halbwachs (2013). A memória coletiva é, para ele, resultado de uma dinâmica social que se dá na interseção de diferentes forças, em constante negociação, cujas individualidades se somam na vivência e na partilha social.

A força e a duração da memória coletiva dependem dos indivíduos que, como integrantes de um grupo, passam a evocar suas lembranças. Assim, é importante olhar para o contexto social no qual os sujeitos estão inseridos. “Cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, e esse ponto de vista muda conforme o lugar que o indivíduo ocupa no grupo e conforme as relações que mantém com outros meios sociais” (BONIN, 2005, p. 39).

Essas formulações são basilares para a compreensão da relação entre mídia e memória, como parte de processos interacionais que promovem a partilha de informações e do saber. Em face da sociedade em processo de mediatização, os modos de acionamento e circulação da memória também se encontram alterados, por conta dos vínculos estabelecidos entre a sociedade e os dispositivos sociotécnicos.

Para Henn (2006), os dispositivos midiáticos servem como recursos de armazenamento de informações, se constituindo numa rica fonte histórica, possibilitando o resgate de acontecimentos passados,

imprimindo-lhes novos enquadramentos. Isso vai ao encontro do conceito de lugares de memória, cunhado pelo historiador Pierre Nora (1993). Os lugares de memória servem de estímulos para memórias individuais e coletivas, sendo, simultaneamente ou não, concretos, abstratos ou simbólicos. A sociedade necessita desses ambientes para abrigar o registro de eventos.

Lucena (2015) destaca que as mídias podem ser reconhecidas como lugares de memória, ou lugares de fabricação do presente, mas que contribuem para “debilitar o passado”. Especialmente com o desenvolvimento da tecnologia comunicacional, os sujeitos podem acessar e rapidamente compartilhar informações, não importando o tempo e o lugar.

Como aponta Casalegno (2006), os internautas encontram no ciberespaço a possibilidade de nutrir um sistema com suas vivências pessoais e temáticas do presente. O acesso a esses espaços favorece a participação da comunidade, criando um habitat social na rede. “A visão ecológica da memória, conforme nós a esboçamos, permite a cada membro da comunidade se perceber criador de mitos, de narrar e de nutrir a memória coletiva” (CASALEGNO, 2006, p. 33).

Baudrillard (2006, p. 127) acredita que as novas formas de comunicação permitem estocar informações, mas não garantem o compartilhamento verdadeiro desses saberes. “Essa massa de informações, de certa maneira, nos mantém seguros. É uma presença importante, asseguradora, disponível, mas é diferente da circulação viva das informações”. Para o autor, é preciso buscar e saber como buscar esses conteúdos, caso contrário, essa memória se torna quase uma função inútil. Aqui, retoma-se novamente a ideia de circulação para explicar o fluxo de conversações sociais e, neste caso, de memórias, que se efetivam através das mídias digitais.

4 Procedimentos Metodológicos

A fim de cumprir com os objetivos deste artigo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica para levantar referências sobre os conceitos de midiaticização, circulação e memória. Para Stumpf (2011, p. 51), essa etapa compreende “a identificação, localização e obtenção bibliográfica pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado”. As perspectivas reunidas na presente pesquisa embasam os dados empíricos apresentados a seguir.

A segunda parte do artigo se ocupa em estudar o processo de circulação de canais de memória existentes no YouTube. Para isso, inicialmente, através de pesquisa exploratória, foram mapeados 12 canais no site (TV Mofo, Pedro Janov, Videoteca do Puga, Acervo

80 JHL, Fitas Jóias, Arquivo AGC, Arquivos 1000, Arca da Fuzarca, Juliano Trindade, Ergon 86, Memórias da TV e Arquivo Markezini), que compartilham gravações antigas de programas de televisão. Considerando a página com o maior número de usuários inscritos e vídeos publicados, selecionou-se o canal Pedro Janov, com 164 mil inscrições e 2.985 postagens⁴.

4 Conforme apurado em 02 de fevereiro de 2020, às 16h30.

A pesquisa prossegue com um estudo de caso sobre o referido canal. O intuito é observar a organização da página como lugar de memória e, enfim, tentar apreender outras características do processo midiático que se efetiva no canal. Faz-se uso do estudo de caso com base em Yin (2001, p. 32), pois se trata de “uma inquietação empírica que investiga um fenômeno dentro de um contexto da vida real quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. O estudo de caso, de acordo com o autor, deve ter preferência quando se objetiva examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos, privilegiando o uso da observação e a realização de entrevistas sistematizadas.

Portanto, optou-se pela técnica da observação encoberta não participativa no canal, entre os dias 28 de janeiro e 04 de fevereiro de 2020. Segundo Johnson (2010), com essa ferramenta metodológica, o pesquisador limita-se a observar, sem que os sujeitos investigados saibam que estão sendo estudados, de modo que não possam influenciar no levantamento e na análise dos dados coletados. Portanto, as evidências foram coletadas a partir da observação dos campos: “Sobre” - espaço que apresenta a proposta e a descrição das atividades realizadas pelo canal; e da aba “Comunidades” - utilizada pelo administrador da página para interagir com outros internautas, cuja observação possibilitou a compreensão de como se efetiva a organização e a rotina do acervo. Além disso, busca-se aplicar os conceitos de circulação e memória através de um caso prático. Para isso, a pesquisa aponta os três vídeos do canal Pedro Janov que apresentam o maior número de visualizações. O objetivo é tentar identificar lógicas de consumo dos usuários que acessam os arquivos disponibilizados.

5 Explorando o canal Pedro Janov

O canal Pedro Janov tem se colocado como um acervo, no qual navegantes do YouTube podem encontrar conteúdos antigos da televisão brasileira. As produções antecedem ou são contemporâneas ao início da exploração comercial da internet no país, bem como ao fenômeno da convergência de mídias. A página é administrada pelo jornalista Danilo Rodrigues e existe desde 26 de novembro de 2012,

acumulando mais de 42 milhões de visualizações, dentre todos os vídeos publicados.

Danilo Rodrigues é um colecionador de fitas VHS, DVD's e vídeos antigos da TV. No YouTube, usa o pseudônimo de Pedro Janov. Na descrição do canal, encontra-se a explicação que a verdadeira identidade do jornalista foi utilizada numa primeira conta, criada em 2006, com as mesmas finalidades da página atual. O canal antigo foi banido por, segundo o YouTube, violar direitos autorais. Mesmo assim, o colecionador não desistiu do objetivo de manter seu acervo na plataforma. Pensou estratégias e criou uma nova página, onde usou o nome fantasia empregado atualmente.

As publicações realizadas seguem um padrão bem simples. Os títulos e as descrições dos vídeos, elementos construídos pelo administrador da página, cumprem mais a função de informar e situar o público em relação às condições espacotemporais das gravações, ou seja, informam de onde vieram e quando foram geradas as imagens disponibilizadas. Ao navegar pelos vídeos mais populares do canal, observou-se que a ressignificação dos conteúdos antigos é delegada ao público, que se expressa através dos comentários e lança suas posições e vivências. O canal orienta o público navegante a evitar comentários preconceituosos. Quando publicações provocam tensões entre os que deixaram suas opiniões, a participação da audiência é restringida e o campo “comentários” do vídeo é desativado, como uma espécie de controle do que é circulado.

O uso indevido de conteúdos não autorais, ou seja, a utilização de vídeos produzidos por terceiros, é uma questão sensível, que limita a existência de canais como o de Danilo Rodrigues. As políticas de direitos autorais⁵ implementadas pelo YouTube impedem que usuários publiquem, por exemplo, íntegras de produções cinematográficas, teledramaturgia ou composições musicais protegidas pelas regras de propriedade intelectual. Porém, há produtos mais fáceis de permanecer no ar, como telejornais e programas de auditório.

Alguns cuidados são adotados pelo canal para não ter publicações suspensas ou mesmo ter a página deletada pelo YouTube. Ao lançar os arquivos na rede, as imagens e os áudios são devidamente creditados, informando a origem dos conteúdos. Segundo a descrição da página, o canal Pedro Janov é um espaço que não obtém lucros com a visualização dos vídeos. Não sendo monetizado, Pedro Janov é classificado pelo YouTube como inelegível, ou seja, é um canal que não apresenta produções autorais. Isso ainda impede a página de receber premiações, quando atingir alto patamar de inscritos. Também não participa das políticas de reconhecimento aos criadores de conteúdo, através das quais o YouTube disponibiliza ferramentas para otimizar as postagens.

5 Diretrizes de direitos autorais no YouTube: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/copyright/#support-and-troubleshooting>

A origem das imagens publicadas vem, em sua grande maioria, da digitalização de fitas VHS. O canal explica que compra lotes de fitas usadas nos sites OLX e Mercado Livre, bem como em bazares de caridade. Também são aceitas doações, trocas com outros colecionadores, fitas que são recolhidas do lixo ou, mesmo, o resgate de conteúdo postado no YouTube e deletado por algum motivo.

De posse das fitas, o conteúdo armazenado em VHS é digitalizado para o computador, antes de ser compartilhado na plataforma. O canal Pedro Janov funciona como vitrine para a aquisição de outros vídeos considerados raros. Através do endereço de e-mail do proprietário do canal, os usuários podem solicitar informações sobre o acervo e/ou contribuir com a construção da página, sugerindo ou trocando arquivos.

Neste aspecto, as relações que nascem do mundo virtual partem para o real e os resultados dessas interações retornam ao meio digital, sob forma de um produto articulado coletivamente. É comum que o primeiro contato entre Danilo Rodrigues e o público ocorra nos espaços interativos da página, como nos campos “comunidade” e “comentários”. Isso pode ser percebido como uma ocorrência da atual conjuntura de mediatização da sociedade.

Os dispositivos sociotécnicos patrocina um leque de possibilidades de interações e, neste caso, de modo mais específico, fomentam trocas de conteúdo. Eles podem ser compreendidos, ainda, como uma manifestação do processo de circulação entre os atores conectados em rede. Qual produtor de TV dos anos 1980 ou 1990, por exemplo, poderia imaginar que os registros midiáticos de tal época seriam objeto de apropriação ou negociação entre o público, da forma como ocorre nos dias atuais? Essa é a ideia da mensagem em fluxo sempre adiante, de José Luiz Braga, recuperada por Pernisa Júnior (2016). Vídeos com 20, 30 ou 40 anos de existência continuam em circulação. Na compreensão de Neves (2018), essa comunicação circulante está atravessada pela negociação e apropriação de sentidos e discursos entre os sujeitos conectados em rede.

Páginas como a de Pedro Janov cobrem uma lacuna deixada pelos principais veículos de comunicação na relação com os seus públicos, na forma como lidam e disponibilizam suas próprias memórias. No Brasil, o acesso aos arquivos das emissoras de televisão, sobretudo aqueles produzidos antes da popularização da internet, é algo extremamente difícil. Mesmo com a convergência das mídias, criação de sites e digitalização de acervos analógicos, os conteúdos antigos são raramente colocados para consumo do público. Observam-se poucas iniciativas. A título de exemplo, em 1999, a Rede Globo criou o Memória Globo, com o objetivo de narrar coberturas importantes e a própria história do grupo. O internauta até encontra peças audiovisuais para assistir, mas o site não disponibiliza íntegras dos programas. As demais redes de TV não possuem sites na internet com acesso liberado

dos arquivos mais antigos. Uma experiência recente veio do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), que abriu no YouTube o canal #TBT SBT, em 2018. No espaço, a emissora realiza publicações semanais, sempre às quintas-feiras, de um programa exibido no passado, mas o público não participa da escolha do que é publicado.

O desejo de rever programas levou milhares de telespectadores a utilizar a tecnologia dos videocassetes e gravar imagens que, de alguma forma, repercutiram no imaginário dos sujeitos, fato que se tornou uma prática cultural nas duas últimas décadas do século passado. A lógica de circulação dessas gravações era bem diferente da atualidade. Antes, limitada aos circuitos fechados da audiência, hoje, esse mesmo conteúdo se desmaterializa na rede e pode repercutir de tal modo que, abarcar percurso e uso dessas memórias, se torna uma atividade de difícil execução.

Ao estudar o fenômeno da memória no final da primeira metade do século XX, Halbwachs (2013) afirmou que as nossas relações interpessoais conformam nossas memórias individuais e coletivas. Hoje, à medida que as inovações tecnológicas avançam, vê-se que as relações sociais estão ganhando contornos ainda mais dinâmicos e complexos, com grande impacto no processo de recuperação das lembranças. Quanto aos usos e às apropriações feitos pelos usuários, cada pessoa recorre a essas memórias com motivações próprias. Há quem procure esse tipo de conteúdo por curiosidade, pelo sentimento de nostalgia, como fonte de pesquisa sobre algum assunto, como programa de lazer, etc. Isso remete ao que já foi pontuado por Fausto Neto (2017), quando destaca que a audiência na internet é imprevisível e gera múltiplos sentidos, através de inúmeras e novas práticas sociais, patrocinadas pelo fenômeno da midiaticização.

Foi pontuado, no marco teórico deste artigo, que as mídias se constituem como lugares de memórias, ao dispor de recursos de armazenamento de informações. Contudo, para Baudrillard (2006), a memória viva é aquela que circula entre os sujeitos. Assim sendo, observar as escolhas dos usuários que navegam pelo canal Pedro Janov se torna pertinente. Quais fragmentos de memórias, de fato, despertam a atenção do internauta?

Evitando generalizar preferências e/ou padrões de consumo, o presente artigo buscou observar as postagens que acumulam os maiores números de *views*. Do acervo de quase três mil vídeos, as três publicações mais populares, segundo o filtro de buscas do YouTube, são as seguintes: Entrevista com o apresentador Clodovil Hernandez no Show de Calouros (SBT); Linha Direta: caso Ana Lúcia (Globo); e Especial Sertanejo (Record), apresentação da música Segura o Tchê!. Todos os vídeos têm mais de um milhão de acessos.

Figura 1 – Vídeos mais populares do canal Pedro Janov no YouTube.



Fonte: YouTube

Em julho de 1988, o apresentador e estilista Clodovil Hernandes participou do programa Show de Calouros, sendo entrevistado pelo corpo de jurados de Silvio Santos. A conversa, pautada na vida pessoal e profissional do entrevistado, ocorreu em tom descontraído, mas rendeu frases marcantes, tal como observado muitos internautas que assistiram ao vídeo recuperado no YouTube. Dentre tantas respostas, Clodovil disse: “Não falo preço dos vestidos que crio, pois estamos num país que passa fome”; “O brasileiro não se orgulha do Brasil que tem”; “Não tenho orgulho de ser homossexual, tenho orgulho de ser a pessoa que sou”. Com duração de 17 minutos e 31 segundos, o vídeo foi publicado em 2017 e, desde então, já foi visto 3.712.443 vezes. Conta com um fluxo de 4.292 comentários, 54 mil reações no botão “gostei” e 2,9 mil no botão “não gostei”.

O segundo vídeo mais assistido é a edição do programa Linha Direta Justiça (39 minutos e 49 segundos), apresentado pela Rede Globo, no dia 22 de novembro de 2007. O programa lembrou o caso Ana Lídia, que trata do assassinato de uma garota de sete anos, em Brasília, nos anos 1970. Ainda hoje, o crime não foi elucidado, mas as investigações apontaram para suspeitos como o próprio irmão de Ana Lídia e até filhos de importantes políticos do Regime Militar. No canal Pedro Janov, a publicação data de 2017 e acumula 1.762.656 visualizações, 2.724 comentários, 20 mil reações no botão “gostei” e 1,9 mil no botão “não gostei”.

Por fim, o último vídeo que ultrapassa um milhão de acessos no canal apresenta a música “Segura o Tchê!” (3 minutos e 25 segundos), do grupo Gaúcho da Fronteira, no programa Especial Sertanejo, da Record, em 1997. A canção satiriza o axé “Segura o Tchan”, muito popular nos anos 1990. Publicado em 2017, o vídeo tem 1.206.011 *views*, 79 comentários, 6,3 mil reações no botão “gostei” e 481 no botão “não gostei”.

Tendo em vista o desafio de compreender a circulação no YouTube, os números sobre as preferências dos usuários mostram que os arquivos - disponibilizados em um lugar de memórias (NORA, 1993), que servem de apoio para a recordação dos fatos - suscitam a participação e, potencialmente, geram múltiplos sentidos e discursos, que podem vir a ser objetos de análises futuras. Os comentários expressados tendem a expressar concordâncias, discordâncias, relações com lembranças pessoais ou outras alusões. As memórias circulantes na web também estão abarcadas nesse polo. São os registros do que já foi emitido e recebido, mas que, na sociedade midiaticizada, continuam sendo apropriados e ressignificados, ganhando outros espaços na rede, fenômeno que se configura, conforme Pernisa Júnior (2016), numa zona de indeterminação.

6 Considerações Finais

Não pretendendo esgotar o assunto, o presente artigo teve o intuito de levantar indicativos sobre a circulação da memória, a partir de práticas e de interações sociais na internet. Esse fenômeno está diretamente associado ao processo de midiaticização. Viu-se, a partir dos estudos de Fausto Neto (2017) e Pedro Gomes (2016), que o desenvolvimento tecnológico criou uma nova ordem ou uma reconfiguração da ecologia comunicacional, impactando várias esferas da vida social e cultural. Apontou-se aqui, como exemplo, o fenômeno das memórias circulantes no YouTube.

O entendimento é que as mídias se firmam como lugares de memória, auxiliando a sociedade a evocar lembranças individuais e coletivas. Ao analisar o canal Pedro Janov, verificou-se que a página se constitui como um repositório online, que abriga arquivos da televisão brasileira, considerados raros pelo público. Em meio a quase três mil arquivos disponíveis na página, determinados vídeos ou temas tendem a ser mais interessantes que outros, para os usuários inscritos no canal. Isso remete à problemática levantada por Baudrillard (2006) sobre a função dos arquivos para a memória. As informações inseridas no ciberespaço podem, de certo modo, estar asseguradas, mas necessitam de circularidade para que, de fato, garantam o verdadeiro compartilhamento de saberes e conhecimentos.

Estudar memórias e interações sociais patrocinadas pelos meios de comunicação resulta em uma atividade complexa, que envolve uma gama de subjetividades difíceis de sintetizar. Isso, aliás, se configura como uma das características do processo de mediação, que desencadeia efeitos sobre a cultura e a sociedade e rende inúmeras perspectivas de investigação.

Num mundo cada vez mais segmentado e sem fronteiras, é fundamental que pesquisas explorem os mecanismos de circulação das produções midiáticas, que busquem características da estrutura rizomática que, como ressalta Pernisa Júnior (2016), opera em fluxo, sempre adiante. Isso também implica o resgate, consumo e compartilhamento de fatos narrados no passado. É importante observar quais caminhos percorre a memória coletiva, quando construída e acionada a partir das redes sociais, captando o que as comunidades virtuais se interessam, escolhem, consomem e do que se lembram. Parafraseando Pedro Gomes (2017), os estudos sobre mediação e circulação podem ajudar neste sentido, isto é, no esforço de compreender as problemáticas e sociabilidades que emergem deste “novo modo de ser e de estar no mundo”.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. Diálogo com Jean Baudrillard: além do princípio da memória do social. In: CASALEGNO, Federico (Org.). **Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BONIN, Jiani. Mídia e memórias: elementos para pensar a problemática das memórias étnicas mediadas. **Logos**: Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 38-50, 2005 (Edição Especial). Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/15270/11570>. Acesso em: 20 jan. 2020.

BRAGA, José Luiz. Circuitos *versus* campos sociais. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Org.). **Mediação & Mediação**. Salvador/Brasília: EDUFBA/Compós, 2012.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CASALEGNO, Federico. Uma abordagem ecológica da memória em rede. In: _____ (Org.). **Memória cotidiana:**

comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma «analítica» da mediatização. In: GEHLEN, Marco Antônio; MATOS, Marcos Fábio Belo (Org.). **Comunicação, Jornalismo e Fronteiras Acadêmicas II**. São Luís: EDUFMA, 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetórias conceituais. In: **Rizoma**. UNISC, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8-40, dez. 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004>. Acesso em: 24 jan. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. Mediatização: um conceito, múltiplas vozes. In: **Revista Famecos** – mídia, cultura e tecnologia. PUCRS, Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai./2016 – ago./2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253/14176>. Acesso em: 23 jan. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos meios à mediatização**: um conceito em evolução. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Editora Centauro, 2013.

HENN, Ronaldo. Direito à memória na semiosfera mediatizada. In: **Fronteiras** – estudos midiáticos VIII. Unisinos, São Leopoldo, v. 3, n. 3, p. 177-184, set./2006 – dez./2006. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6132>. Acesso em: 20 jan. 2020.

HJARVARD, Stig. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador**: questões, metodologia e técnicas qualitativas. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

LUCENA, Giselle Xavier. Um estudo sobre memória, identidade e mediatização: O Acre não existe. **Compós**: 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-03a306c2-b8eb-4552-a9df-cbc13e539ab9_2889.pdf. Acesso em: 20 jan. 2020.

NEVES, Manoella. **Muito além da cartolina:** cartazes circulantes de manifestações midiaticizadas. Curitiba: Appris, 2018.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Projeto História. **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História**, PUCSP, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez. 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/12101/8763>. Acesso em: 21 jan. 2020.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **A circulação do jornalismo:** o terceiro polo em busca de seu espaço. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2016.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2004.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

RECEBIDO EM: 08/03/2020 ACEITO EM: 21/07/2020